

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级 \_\_\_\_\_

学号: X2009156280

UDC \_\_\_\_\_

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

中航工业知识产权管理研究

A Research on AVIC's IP management

须 智

指导教师姓名: 林 志 扬 教授

专 业 名 称: 工商管理(EMBA)

论文提交日期: 2014 年 5 月

论文答辩日期: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2014 年 5 月

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日



## 摘 要

随着知识经济的发展，知识产权的重要性越来越突出。知识产权既是一种基于创新成果的法定权利，也是一种非常重要的市场竞争资源。当代社会企业竞争形式上表现为技术和市场的竞争，但其实质是知识产权的竞争。对于肩负国防建设和经济发展重任的中国航空工业集团公司（简称“中航工业”，下同）来说，面对国内外的激烈竞争，要想赢得主动权，必须深入研究并切实加强知识产权管理，促进推动企业自主创新增强核心竞争力，才能立于不败之地，不辱使命。

本文研究中综合采用了文献检索法、比较分析法、经验总结法等研究方法。在学习研究知识产权管理及其相关理论的基础上，通过对中外知名企业知识产权管理和品牌建设的分析，总结对比中航工业现状，在肯定以往取得成效的基础上，指出了影响中航工业知识产权管理和品牌建设中存在的主要问题：资产意识淡薄；职能管理分散；保护不够有力；激励动力不足；品牌影响有限。进而，针对上述问题提出了制定战略，集中管理，建立预警机制，强化法律意识，加强人才队伍建设，建立长效激励机制，实施自主创新、知识产权、自主品牌联动战略等对策和建议。本文最后就企业高层领导在加强知识产权管理的思想认识、组织实施等方面提出了自己的想法与建议。

通过本文研究论述，可以看出，现代企业要想在竞争中立于不败之地，就必须把知识产权战略作为发展战略的核心内容，从体制、机制上切实加强知识产权的管理，以自主创新为源动力，以知识产权管理为重要手段，建设塑造企业自主品牌，不断提升企业核心竞争力，实现企业快速、科学、持续发展。

本文研究对中航工业及其它国防科技工业企业在当前新一轮的深化改革开放中，如何切实加强知识产权工作，促进加速企业发展，更好地承担国防建设责任，发挥国防经济支柱作用，提供了一定的理论支持和实践途径。但是，由于笔者理论功底不厚，工作实践面窄，研究思考深度上还不够；文中所提实施方法偏重宏观，围观深入不够，带来了操作上的局限性。

**关键词：**中航工业；知识产权；管理



## **Abstract**

With the development of knowledge-based economy, intellectual property (IP) is becoming increasingly important. As a legal right based on innovation, IP is a critical resource in the market competition. In the modern world, competitions of companies focus on technology and market in form, but in essence they are competitions of IP. Aviation Industry Corporation of China (AVIC) plays a significant role in China's defense industry and economic development. To seize the initiative in the fierce competition at home and abroad, AVIC must do in-depth studies and improve its IP management in practice in order to promote independent innovation, earn core competitiveness and live up to expectations bestowed on it.

Methodologies applied in this study include literature research, comparative analysis and experience summarization, etc. Based on studies and researches of relevant theories on IP management, this article analyses case studies of IP management and brand development in Chinese and foreign companies, as a comparison to AVIC's current situation. It points out that even though it has achieved positive results in the past, major issues affecting IP management and brand development in AVIC include: lack of asset awareness, decentralized functional management, lack of protection, lack of motivation and limited brand recognition. Therefore, this article puts forward solutions and suggestions to solve these problems, including setting out strategies, centralized development, setting up precautions mechanism, enhancing legal awareness, improving talents team, setting up long-term motivation mechanism and carrying out the coupled strategy combining independent innovation, IP and proprietary brand development. In the end, this article proposes ideas and suggestions on improving awareness and implementation of IP management for top management team members in corporates.

It is clear from the illustration of this research that modern corporates that hope to remain invincible in competitions must put IP strategy in the core of its development strategy, enhance IP management in the system and setting up mechanisms. With independent innovation as a driving force and IP management as an important method, they must create a proprietary brand, continue to strengthen core competitiveness of the company to achieve rapid, scientific and sustainable development.

This article provides theoretical support and practical ways to AVIC and other technology industry corporates in the defense sector about how to improve IP management in practice, how to accelerate company development and undertake more responsibilities in the development of defense sector and how to play a better pillar role in the national economy in the new round of deepening reform. Due to limited theoretical knowledge and work experience of the author, ideas put forward in this research are of limited depth. The implementation methods proposed in the article tend to focus on the macroscopic picture, whereas micro analysis are not deep enough and there are restrictions of these methods in practice.

**Key words:** AVIC; IP; management



# 目录

第 1 章 绪论 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究目的与意义 .....	1
第 2 章 知识产权管理及品牌建设相关理论 .....	3
2.1 知识产权 .....	3
2.1.1 知识产权的概念 .....	3
2.1.2 知识产权的特征 .....	3
2.1.3 军工企业知识产权的特点 .....	6
2.2 企业知识产权与品牌 .....	6
2.2.1 品牌的概念 .....	6
2.2.2 品牌的功能 .....	7
2.2.3 企业知识产权与品牌的关系 .....	8
第 3 章 国内外知名企业的经验与做法 .....	11
3.1 国际知名企业宝马公司 .....	11
3.2 国内知名企业上海汽车集团股份有限公司 .....	14
第 4 章 中航工业知识产权管理现状及存在问题 .....	16
4.1 中航工业概述 .....	16
4.2 中航工业知识产权管理存在的主要问题 .....	17
4.2.1 管理体制行政色彩浓厚，资产意识淡薄 .....	18
4.2.2 职能管理分散，很难形成合力 .....	18
4.2.3 管理不够严密，保护不够有力 .....	18
4.2.4 激励不够，动力不足 .....	19
4.2.5 品牌影响有限，尚未深入人心 .....	20
第 5 章 加强中航工业知识产权管理的对策和建议 .....	21
5.1 研究制定知识产权战略 .....	21

5.2 实行集中式资产管理，并建立专职知识产权管理机构 .....	22
5.3 建立企业专利预警机制 .....	23
5.4 强化法律意识，加大知识产权保护力度 .....	24
5.5 加强知识产权专业人才培养 .....	25
5.6 完善知识产权奖励制度和人员管理制度 .....	26
5.7 建立知识产权长效激励机制 .....	26
5.8 实施自主创新、知识产权、自主品牌联动战略 .....	27
<b>第 6 章 思考与结论 .....</b>	<b>29</b>
6.1 高层重视，持之以恒是企业知识产权管理取得实效的关键 .....	29
6.2 行政引导，市场运作是抓好企业知识产权管理的根本 .....	29
6.3 政府支持，营造良好外部环境是搞好企业知识产权管理的重要条件 .....	30
6.4 学习创新，与时俱进是企业知识产权管理的活力源泉 .....	30
<b>参考文献.....</b>	<b>32</b>

## 第1章 绪论

### 1.1 研究背景

我国改革开放三十多年来，由闭关锁国走向改革开放，由计划经济走向市场经济，由计划生产走向市场竞争，由国内的区域经济走向全球经济一体化。在这样新的社会与市场环境下，中航工业的发展既面临国际国内政治、经济双重压力，同时也迎来了广阔的市场前景和发展的机遇。

随着我国加入世界贸易组织和市场的进一步开放，高新技术产业已成为代表一个国家综合实力的先导产业，成为国民经济和社会发展的重要增长点。航空工业是高新技术产业之一，同时肩负着国家安全重任，航空工业所拥有的大部分技术都是国家的核心技术，代表着国家的核心利益，历来都是国家间竞争的焦点。因此发达国家非常重视航空工业的发展，争相建设世界一流的航空工业。

在世界一流的航空企业中，他们长期的经营积累了很多成功的经验，因此有很多管理经验值得我们学习与借鉴。其中很重要的一点就是许多世界一流的航空企业都把核心的知识产权作为其在国际市场竞争中的利器加以运用。在这场没有硝烟的专利技术战中，我国的航空工业只有提高对知识产权制度的认识，增强企业在技术创新中利用、保护和管理知识产权的能力，在消化吸收外国先进技术的基础上积极的研发具有独立知识产权的核心技术才能够在激烈的全球竞争中占有一席之地。

### 1.2 研究目的与意义

中航工业要发展，而且持续健康发展，必须直面改革开放，直面国内外的竞争压力，审时度势，与时俱进，迎接挑战。在当今经济全球化与知识产权国际化的大环境下，知识产权既是一种基于创新成果的法定权利，也是一种非常重要的市场竞争资源；同时是树立企业品牌的重要依托，当代知识产权制度在国家经济社会生活中的重要地位也使得知识产权问题具有高度的战略内涵。

知识产权是知识创新的结果，是知识物化后进入市场的专有权利。知识产权的地位与其所处的市场环境和技术竞争结构有重要关系。当代社会企业竞争形式上体现为技术和市场竞争，实质上则体现为知识产权竞争。知识产权是企业经营的基本资源之一，与物质资源、货币资源和人力资源一起构成进行经营活动必不可少的四种基本资源。在企业的发展中起着越来越重要的作用。

进入 21 世纪，科技进步日新月异，知识经济深入发展，知识产权的重要性越来越突出，据世界银行统计，发达国家 GDP 的 50%以上以知识为基础，并且在大型企业的总资产中，作为无形资产的知识产权所占比例已超过 50%。作为保护智力创新成果的知识产权制度越来越受到世界各国的普遍重视，尤其是在发达国家，知识产权的保护与管理已经渗透到科技创新的各个领域，知识产权管理已经成为其保持科技优势，提高竞争力的核心手段。随着科技进步，产品（服务）日益丰富，且同质化程度越来越高，企业间的竞争力已经不是体现在实体产品，“品牌”成为竞争的有力武器，企业在同样保证产品质量和满足客户性能要求的情况下，谁拥有名优品牌，谁就拥有了市场。对于中航工业，有一个好的品牌形象，不仅在经济上具有竞争力，而且对于加强我国国防建设，保障国家安全都具有重要的意义与作用。但由于受长期计划经济体制下的闭关锁国政策的影响，中航工业的知识产权管理及品牌形象建设工作起步晚、基础弱，同国际先进企业相比，差距还很大，要想实现“中国梦”，这种状况必须改变。

本文拟通过对知识产权、品牌建设的理论学习研究，对比国内外知名企业，重点剖析中航工业知识产权管理中存在的主要问题及原因，找出相应措施和建议，加强知识产权管理，促进企业品牌建设，提高核心竞争力，保证中航工业健康、快速、持续发展。

## 第2章 知识产权管理及品牌建设相关理论

企业知识产权管理和品牌建设的实践离不开相关理论的指导。下面就知识产权的一般概念、特征、军工企业知识产权特点，品牌的概念及其功能，以及企业知识产权与品牌的关系作一简要论述。

### 2.1 知识产权

#### 2.1.1 知识产权的概念

知识产权，概括地说是指公民、法人或者其他组织对其所创作的智力劳动成果所拥有的专有权利。

在《成立世界知识产权组织公约》中，对“知识产权”以列举的方式进行了解释：“知识产权包括下列各项：文学艺术和科学作品、表演艺术家的表演活动与录音制品及广播有关的权利、在人类一切活动领域内的发明、科学发现、外观设计、商标、服务标记、商号名称和牌号、制止不正当竞争以及在工业、科学、文学或艺术领域内其他一切来自知识活动的权利。”

知识产权的客体是非物质性产品，即知识产品，知识产品是负载一定信息的信号集合体。随着现代商业的发展和科技的进步，知识产权的客体在不断扩展，远离了传统的范围。知识产权的权利内容，不同于有形财产权，逐渐地泛化为无形财产权和信息产权。

#### 2.1.2 知识产权的特征

知识产权的特征，学术界有不同的概括，但主流的观点，主要围绕“专有性”、“时间性”、“地域性”来展开表述。

##### (1) 专有性

知识产权的专有性又叫排他性、垄断性、独立性，是指知识产权所有人对其知识产权具有独占权。知识产权的客体是智力劳动的结晶，一般认为必须具

有独创性，尤其是工业产权，不但要求客体的独创性，而且对于客体的首创性要求更高。智力成果是一种思想成果，具有信息性，使用、复制和传播都很方便，知识产权的所有人无法凭借自身的力量实际有效地控制其智力成果的广泛传播。为了保护权利人通过艰苦劳动所取得的智力成果，法律规定知识产权为权利人所专有。

知识产权的专有性主要表现在两个方面：

第一，知识产权所有人对自己的智力成果享有专有、排他的权利。权利人依法垄断这种智力成果，既可以自己应用，也可以转让或许可他人使用该智力成果，并从中获益。任何人未经权利人同意或未按法律规定的程序占有或使用他人的智力成果，均构成侵权，都要承担相应的法律责任。在这一法律区域内，无论有多少人了解并掌握这一智力成果，也无论他获得该智力成果的渠道和手段如何，只要有一个法律主体依法获得了该智力成果的知识产权，其他人均失去了再次获得该项权利的机会。

第二，知识产权专有性又具有不同于其他财产权的专有性。首先，一般所有权的排他性表现为，所有人排斥非所有人对其所有物进行不法侵占、妨害或毁损；而知识产权的排他性则主要是排斥非所有人对知识产权进行不法仿制、假冒或剽窃。其次，一般所有权的独占性是绝对的，在所有物为所有人控制的情况下，无地域和时间的限制；而知识产权的独占性则是相对的，这种垄断性往往受到权能方面的限制。可见，知识产权的独占性并不是绝对的，而是相对的。

## （2）地域性

知识产权的地域性，指的是知识产权只在授予其权利的国家或者确认其权利的国家产生，并且只能在该国领域内发生法律效力并受法律保护，而其他国家对其则没有法律保护的义务。这说明，知识产权所有人对其智力成果享有的知识产权在空间上的效力并不是无限的，而要受到地域的限制。

同时，我们也应该看到，自 20 世纪下半叶以来，由于地区经济一体化与现代科学技术的发展，知识产权立法呈现出现代化、一体化的趋势，使得知识产权的严格地域性受到挑战。首先是跨国知识产权的呈现。为了实现经济一体化，某些国家和地区，如欧盟，正努力建立一个共同的知识产权制度，这就使得知

知识产权跨出一国地域的限制，从而在多个国家同时发生效力。其次是涉外知识产权管辖权与法律适用的发展。总之，在当今社会，知识产权在全球范围内依然保留着地域性的特征，但这一特征已受到新形势的挑战。

### （3）时间性

知识产权的时间性，指的是知识产权的效力有法定的期限，超过法定期限原有权利就会失效，其保护对象从私有领域进入公有领域，任何人都可以自由利用。这说明，知识产权所有人对其智力成果享有的知识产权在时间上的效力并不是永久的，而是受到法律有效期的限制。各国有关知识产权的法律，以及有关保护知识产权的国际公约都对知识产权的保护期作了规定。知识产权的时间特征，是它与有形财产权的又一主要区别。

但是，并不是所有知识产权都具有法定时间性，如商业秘密就不具有法定时间性。不过，大多数知识产权都有法定时间性。而关于识别性标记的权利保护期限有其特殊性，注册所取得的商标权虽然有法定的有效期，但是任何国家的法律都允许续展注册，而且续展的次数不限，只要权利人认为其商标仍有价值，就可以通过续展维持其效力，除规定注册的有限期外，各国商标法还对商标规定了使用要求，超过一定期限（我国为3年）不使用，注册将被注销。

当然，我们还应当知道，知识产权的时间性仅对财产权有效，而不能针对人身权，如著作权中的人身权不受保护期限的限制。

上述三个特征是目前学界公认的知识产权的法律特征，但是对一些新型的知识产权上述三特征不一定适用。例如，商业秘密权，同样的商业秘密，只要合法拥有，可以为两个或两个以上的人分别所有，同时，商业秘密权也不受时间和地域的限制。之所以把商业秘密归入知识产权，是因为其符合客体无形性这个本质特征。从本质上讲，客体无形性才是所有知识产权的共同法律特征。还有学者概括出知识产权的其他特征，如知识产权的法律确认性、可复制性，知识产权内容具有财产权和人身权的双重属性等。描述知识产权的特征主要是加深对知识产权的理解和认识，从而更好的管理和保护知识产权，保证企业的健康发展。

### 2.1.3 军工企业知识产权的特点

军工产品的知识产权和一般知识产权的性质一样，是智力劳动成果，而且大多具有高新技术的特征，除具有一般知识产权专有性、地域性和时间性的特征，军工产品知识产权还具有它的特殊性。军工产品知识产权的管理，在保护智力成果创造者依法享受权利的同时，还要最大限度的满足国防建设和国家安全的需要。其知识产权主要有以下特点：

#### (1) 产权主体的唯一性

国家是军工产品的唯一所有权主体，军工产品的预研和工程研制一般都由国家投资，军工企业的知识产权从根本上来讲，所有权主体是国家。这是和一般知识产权的最大区别。但国家作为军工产品知识产权的所有者，并不直接参与知识产权的创造和运作，而将经营权渡让给企业，拥有知识产权的企业依法享有占有、使用、收益和处分的权利。

#### (2) 产权运作的保密性

军工产品研制生产活动是一种准军事行为或军事行为，它的形成和发展只能局限在特定的时域和区域，具有保密性。在产品知识产权的运作中，国家安全利益不容侵犯，这是区别于一般知识产权的显著特点。保密程度较高时，知识产权的运作和转移只能局限在一个独立的封闭系统内。

#### (3) 产权权利和义务的不对等性

军工产品知识产权的权利和义务是不完全“公平”的，它必须在保证国家安全的前提下，兼顾国家、军工企业和个人利益，基于保护国家人人有责的原则，知识产权的行为人承担的义务，有时会超过其享受的权利。当出现这种情况时，军工知识产权的所有权主体国家对行为人的损失会采取相应的补偿。

## 2.2 企业知识产权与品牌

### 2.2.1 品牌的概念

品牌的英文单词 Brand, 出自古挪威文 Brandr, 意思是“烧灼”，是指在牲畜身上烙上标志用以区分所有者，人们用这种方式标记家畜等需要与其他人相区



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库